

ΜΑΘΗΜΑ: ΕΜΠΟΡΙΚΑ-ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ (71)

Διάρκεια εξέτασης: Δύο (2) ώρες και τριάντα (30) λεπτά.

Εξεταστικό δοκίμιο: Θα αποτελείται από πέντε (5) διαβαθμισμένες ασκήσεις /ερωτήσεις διαφόρων τύπων οι οποίες θα πρέπει να απαντηθούν όλες.

Η αρίθμηση των παραγράφων δεν αντιστοιχεί με την αρίθμηση των κεφαλαίων του βιβλίου του Μάρκετινγκ (Μάρκετινγκ Γ΄ Λυκείου, εκδ. ΥΑΠ 2019)

- I. Ο ρόλος του Μάρκετινγκ στις σύγχρονες επιχειρήσεις**
 1. Ορισμός του Μάρκετινγκ
 2. Η διαδικασία του Μάρκετινγκ
 3. Προσανατολισμοί της διοίκησης του Μάρκετινγκ
 4. Διαχείριση σχέσεων με πελάτες και συνεργάτες

- II. Το περιβάλλον του Μάρκετινγκ**
 1. Εισαγωγή
 2. Το μακροπεριβάλλον της επιχείρησης
 3. Το μικροπεριβάλλον της επιχείρησης

- III. Έρευνα Μάρκετινγκ**
 1. Η σημασία της έρευνας Μάρκετινγκ
 2. Η διαδικασία της έρευνας Μάρκετινγκ

- IV. Η αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών και των οργανωτικών αγοραστών**
 1. Αγοραστική συμπεριφορά των καταναλωτών
 2. Η αγοραστική διαδικασία του καταναλωτή
 3. Διαδικασία αγοράς νέων προϊόντων
 4. Αγοραστική συμπεριφορά των οργανωτικών αγοραστών
 5. Τύποι αγοραστικών καταστάσεων
 6. Συμμετέχοντες στην αγοραστική διαδικασία των επιχειρήσεων
 7. Παράγοντες που επηρεάζουν την αγοραστική συμπεριφορά των οργανωτικών αγοραστών
 8. Τα στάδια στην αγοραστική διαδικασία των οργανωτικών αγοραστών

- V. Τμηματοποίηση, στόχευση και χωροθέτηση αγοράς**
 1. Εισαγωγή
 2. Τμηματοποίηση της αγοράς
 3. Στόχευση αγοράς
 4. Χωροθέτηση αγοράς

- VI. Στρατηγική προϊόντος και υπηρεσιών και ο κύκλος ζωής του προϊόντος**
 1. Εισαγωγή
 2. Το προϊόν
 3. Υπηρεσίες
 4. Κύκλος ζωής του προϊόντος

- VII. Τιμολόγηση προϊόντος**
 1. Εισαγωγή
 2. Παράγοντες που επηρεάζουν τον καθορισμό των τιμών
 3. Γενικές προσεγγίσεις τιμολόγησης
 4. Στρατηγικές προσαρμογής της τιμής

VIII. Κανάλια διανομής και φυσική διανομή

1. Εισαγωγή
2. Η φύση των καναλιών διανομής
3. Συμπεριφορά και οργάνωση του καναλιού διανομής
 - Συμπεριφορά του καναλιού διανομής 8.4
 - Οργάνωση του καναλιού διανομής 8.5 (8.5.1, 8.5.2, 8.5.3)